

STARTUPS Y DELIVERY:

El negocio de no
movernos de casa



Por: Franco Dall'Oste

Hace algunos meses las calles de La Plata se inundaron de bicicletas y motos que atraviesan la ciudad llevando al hombro cajas amarillas o rojas. El paisaje, cada vez más frecuente (si está en el casco de la ciudad, mire por la ventana hacia la calle: posiblemente haya una en este momento) se debe a la presencia de los *deliverys* de Pedidos Ya, Glovo y el inminente desembarco de Rappi -que en Buenos Aires es furor-.

“El Uber de los *deliverys*” es el nuevo boom. Miles y miles de usuarios se unen a las plataformas de envíos, a la búsqueda no sólo de quien pueda llevar a casa la comida, sino también hacer trámites, pasar por la farmacia, llevar algo que nos prestó un amigo, ir al almacén o cualquier cosa que podamos necesitar transportar (y que pueda entrar en el compartimiento que utilizan): todo está a nuestro alcance para no movernos de casa.

El crecimiento de estas empresas también ha sido exponencial: Rappi, por ejemplo, es una empresa colombiana miembro del nuevo grupo de “unicornios” latinoamericanos, habiendo alcanzado una valoración de u\$s1.000 millones. La española Glovo, por otro lado, ha cerrado este año la entrada en su accionariado al fondo de capital riesgo francés *Idinvest* y a *AmRest*, ampliación que significó una valoración final de 300 millones de euros. Pedidos Ya, que ya hace 10 años que está en el País, se ha expandido a 400 ciudades de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Costa Rica, Panamá, Paraguay y Uruguay, con 8 millones de descargas, y ha incorporado también el servicio de *delivery* -en La Plata solamente, tienen más de 500 cadetes-.

¿En qué consiste el servicio? Dependiendo de cada plataforma, Glovo, Pedidos Ya y Rappi, actúan como *deliverys*: los interesados realizan la compra de comida, de un producto o solicitan el pago de una factura vía una aplicación móvil, la cual indicará el costo extra por el servicio y el tiempo estimado de envío.

Una de las polémicas alrededor de estas plataformas tiene que ver con la forma de contratación: mientras Pedidos Ya contrata sus cadetes en relación de dependencia, Glovo y Rappi trabajan bajo la idea de “sea su propio jefe”, es decir, mediante el pago a *freelancers* por trabajo realizado. En estas dos últimas, los mensajeros ganan alrededor de \$40 por viaje más propina y cobran mediante un depósito cada 15 días. Esto termina significando que, en un día de semana se ganan aproximadamente \$500, mientras que los fines de semana este número puede ascender a \$900, haciendo 10 horas por día.

En este sentido, cada una vive una actualidad distinta:



Rappi

Rappi fue creada por los colombianos Simón Borrero, Sebastián Mejía y Felipe Villamarín, y actualmente opera en Colombia, Argentina, México, Brasil, Uruguay y Chile, realizando 3 entregas por segundo en cada una de las 25 ciudades en las que opera.

La empresa se presentó en el País para “conectar personas con productos y servicios combinando tecnología, innovación y logística de entrega”. La aplicación permite a los usuarios pedir que alguien les haga los mandados en el supermercado; les compre comida por *delivery*; medicamentos de farmacias; enviar dinero en efectivo o que un corredor haga un retiro de un cajero automático. Incluso, existe la posibilidad de pasear los perros del cliente.

La interfaz de usuario recrea los estantes del super para que los usuarios puedan deslizar hacia a su cesta los productos que elijan. A su vez, los usuarios pueden pagar en efectivo o vía tarjetas de débito y de crédito.

Hoy en día, ya son más de 5000 los repartidores registrados en Buenos Aires, Córdoba y Rosario. En este sentido, Rappi fue la primera de las plataformas en tener problemas con sus empleados: este año realizaron el primer paro de trabajadores de una aplicación de este estilo en el País. Entre sus reclamos figuró que se les contrate en relación de dependencia y con un salario fijo.



Glovo

La *startup* creada por el español Oscar Pierre en 2015 tiene presencia en 23 ciudades en el mundo, con 3000 establecimientos asociados, 2 millones de descargas y más de 500 mil pedidos mensuales. Su gerente general es el argentino Matías Gath, quien hace dos años vendió su propia *app* “Kadabra”, con una oferta similar a Glovo.

La empresa catalana facturó 17 millones de euros en 2017, y prevé superar los 90 millones y entrar en siete nuevos países para finales de este año. El servicio consiste en el *delivery* de “lo que sea”: desde golosinas en un kiosco, ir al supermercado, comprar comida en un restaurante, mandar una carta, retirar entradas para un recital, etc. A su vez, tienen locales asociados que aparecen en la *app* para que uno pueda elegir directamente allí el producto. La empresa también ha tenido variados reclamos por precarización y flexibilización laboral: en España e Italia los “glovers” se han organizado para conseguir beneficios laborales y en algunas ciudades se han formado cooperativas para competir ofreciendo trabajo en blanco a los repartidores.

Sin embargo, en septiembre, la empresa obtuvo dos fallos que la beneficiaron, uno en Italia y otro en España: en ambos se determina que los repartidores no son “falsos autónomos”, y reconoce su independencia en lo que a la relación con Glovo se refiere.

En La Plata, los “glovers”, que cuentan con alrededor de 500 repartidores, se organizaron para lanzar un comunicado en el que denuncian la precarización por parte de la empresa y la falta de responsabilidad ante “la inseguridad e inestabilidad de los ingresos económicos de sus trabajadores”, entre otros reclamos.



Pedidos Ya

La empresa Uruguaya creada por Ariel Burschtin, Álvaro García y Ruben Sosenke, fue pensada para reunir la mayor cantidad de proveedores gastronómicos y segmentar por ubicación y tipo de comida la totalidad de la oferta. Así, en 2009 se lanzó en Uruguay la plataforma que permite a sus usuarios hacer pedidos por internet (a través de sus teléfonos inteligentes o computadoras) a restaurantes con *delivery*. Este sistema se expandió rápidamente, llegando hoy a más de 400 ciudades alrededor del mundo.

La empresa hoy en día busca diversificar su oferta, atenta a lo que sucede con otros servicios de *delivery* como Glovo y Rappi. Así en 2017, incorporó su propia flota de reparto para brindar el servicio a restaurantes y locales de comida que no cuenten con *delivery* propio.

En este sentido, Pedidos Ya se distingue de sus competidores, entre otras cosas, porque contrata a sus empleados en relación de dependencia. Quienes aspiran a incorporarse, puede elegir turnos fijos de entre 4 a 8 hs. y cuentan con ART, obra social y vacaciones pagas, con un sueldo fijo y sin comisión. A su vez, la empresa les otorga campera, pantalón, uniformes de invierno y verano, celulares y el casco reglamentario.

Los cadetes son, en general, jóvenes universitarios de entre 18 y 25 años, 35% de los cuales son mujeres y 75% varones. En la última Expo Empleo Joven, la empresa de hecho fue la que más puestos ofreció, con 1000 posiciones a cubrir entre desarrolladores, programadores y personal para *delivery*.